

Créer et gérer sa page LinkedIn Pro

Numérique - Cybersécurité

DURÉE

14 heures soit 2 jours
Présentiel

TARIFS

Inter entreprises : 770 € net de TVA - Possibilité de prise en charge
Intra entreprises : nous contacter

PUBLIC ET PRÉ-REQUIS

Matériel nécessaire pour suivre la formation à distance :
PC ou une Tablette et une connexion Internet

Partenaires



Objectifs

-  Découvrir et maîtriser les fonctionnalités de LinkedIn.
-  Développer la visibilité et la notoriété de l'entreprise et des professionnels.
-  Utiliser LinkedIn pour du sourcing de clients et partenaires.
-  Créer et déployer une stratégie LinkedIn efficace pour l'entreprise.

Programme

Introduction des bases de LinkedIn.

1. Introduction au monde digital et aux réseaux sociaux :

- Chiffres clés et tendances 2024.
- Pourquoi utiliser LinkedIn pour les entreprises ?
- Spécificités de LinkedIn vs autres réseaux sociaux professionnels.

2. Prise en main de LinkedIn :

- Création et optimisation d'un profil professionnel (chef d'entreprise/salarié).
- Présentation de l'interface : tableau de bord, fil d'actualité, notifications.
- Comprendre les algorithmes de LinkedIn.

3. Exercice pratique :

- Création/optimisation de profils LinkedIn des participants.

Fonctionnalités clés pour les entreprises.

1. Présentation des fonctionnalités de LinkedIn pour une entreprise :

- Pages entreprises : création, gestion, et optimisation.
- Analyser et comprendre les statistiques de LinkedIn.
- Utilisation des hashtags, tags, et mentions.

2. Réseautage et stratégie de contenu :

- Réseauter efficacement sur LinkedIn : envoyer des invitations, interagir avec les bonnes personnes, rejoindre des groupes.
- Créer du contenu engageant : publications, articles, vidéos.

3. Exercice pratique :

- Élaboration d'une première stratégie de contenu (thématique, calendrier éditorial).

Stratégie de développement de visibilité.

1. Développer la notoriété sur LinkedIn :

- Stratégies de visibilité organique.
- Utilisation des recommandations et des avis.
- Publicité LinkedIn : campagnes sponsorisées (introduction).

2. Sourcing de clients et partenaires :

- LinkedIn Sales Navigator : outil de prospection avancée.
- Mener des recherches efficaces sur LinkedIn (cibles, secteurs d'activité).
- Initiation à la création de tunnels de vente via LinkedIn.

3. Exercice pratique :

- Mise en place d'une campagne de prospection/sourcing fictive.

- Mise en place d'une stratégie complète.

1. Définir des objectifs clairs :

- Comment fixer des objectifs quantifiables pour LinkedIn ?
- Notoriété, engagement, conversion : choisir les KPI's adaptés.

2. Élaborer une stratégie LinkedIn sur mesure :

- Définir des cibles (clients, partenaires, influenceurs).
- Choisir les bons formats et fréquences de publication.
- Créer un plan d'action pour la page entreprise et les profils des salariés.

3. Atelier collectif :

- Réalisation d'une stratégie LinkedIn pour l'entreprise et pour chaque participant (chef d'entreprise/salarié).
- Feedback collectif et ajustements des stratégies.

Moyens et méthodes pédagogiques

- Apports théoriques, cas pratiques
- Démarches déductives et inductives
- Individualisation de la formation

Evaluation

- Attestation de formation